



Ministerstwo Cyfryzacji

Sekretarz Stanu
Michał Gramatyka

BM.WP.057.167.2025
Warszawa, 23 października 2025 r.

**Szanowny Pan
Szymon Hołownia
Marszałek Sejmu RP**

Dot. pisma z 26 września br. Posłanki na Sejm RP Pani Małgorzaty Pępek w sprawie ograniczenia natrętnego telemarketingu w Polsce (interpelacja nr 12366)

Szanowny Panie Marszałku,

poniżej przedstawiam odpowiedzi na pytania Pani Posłanki.

Ad 1) Czy Ministerstwo planuje podjęcie inicjatywy ustawodawczej w celu wprowadzenia centralnego rejestru sprzeciwu wobec natrętnego telemarketingu, podobnego do włoskiego systemu RPO, który umożliwiłby mieszkańcom realną ochronę przed nachalnymi połączeniami handlowymi? Jeśli tak, jakie działania w tym zakresie są przewidziane w najbliższym czasie?

W Ministerstwie Cyfryzacji poziom ochrony obywateli przed różnymi zagrożeniami wynikającymi z korzystania z usług komunikacji elektronicznej jest stale monitorowany – w tym zwłaszcza w związku z ochroną przed przesyłaniem niezamówionej informacji handlowej. Obecnie jednak nie są planowane działania mające na celu zmianę przepisów z zakresu ochrony przed przesyłaniem informacji handlowej bez uprzedniej zgody. Wynika to ze stosunkowo niedługiego czasu obowiązywania ustawy z dnia 12 lipca 2024 r. - Prawo komunikacji elektronicznej¹, która zastąpiła ustawę – Prawo telekomunikacyjne². Wraz z wejściem w życie ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej, ujednocicone zostały przepisy dotyczące ochrony użytkowników przed niechcianą informacją handlową, w celu zwiększenia pewności prawa oraz poziomu ochrony obywateli. W ustawie znalazły się bowiem przepisy, które wcześniej znajdowały się w uchylonej obecnie ustawie – Prawo telekomunikacyjne oraz ustawie o świadczeniu usług drogą elektroniczną³.

W wyniku tej zmiany art. 398 ustawy – Prawo komunikacji elektronicznej jednoznacznie określa, że marketing bezpośredni stanowi część informacji handlowej, i że niezbędne jest uzyskanie zgody użytkownika na przesyłanie informacji handlowej. Ponadto przepis ten rozszerzył ochronę na wszystkie osoby fizyczne i prawne (takie jak spółki kapitałowe, fundacje i uczelnie). Trzeba przy tym podkreślić, że obowiązek uzyskania uprzedniej zgody dotyczy każdej formy kontaktu, w tym informacji przekazywanej w ramach kontaktu telefonicznego czy na skrzynkę e-mail. Jak potwierdzają decyzje Prezesa UKE oraz Prezesa UOKiK, nie jest dozwolony kontakt wykonywany na potrzeby uzyskania zgody. Obok tego, nawet w przypadku korzystania z zakupionej bazy danych kontaktów, przedsiębiorca musi przestrzegać obowiązków zawartych w ustawie, a pozyskiwanie zgody musi spełniać wymogi określone w ogólnym rozporządzeniu o ochronie danych (RODO).

Za niewywiązywanie się z tych obowiązków grożą sankcje przewidziane w ustawie – Prawo komunikacji elektronicznej. Według art. 446 ust. 5 w przypadku naruszenia obowiązku uzyskania zgody na przesyłanie informacji handlowej, Prezes UKE nakłada karę w wysokości do 3% przychodu ukaranego podmiotu, osiągniętego w poprzednim roku kalendarzowym lub do 1 mln zł, przy czym zastosowanie ma kwota wyższa. Obok tego art.

¹ Ustawa z dnia 12 lipca 2024 r. – Prawo komunikacji elektronicznej (Dz.U. 2024 poz. 1221)

² ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. – Prawo telekomunikacyjne (Dz.U. 2024 poz. 34)

³ ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. 2024 poz. 1513)

448 przewiduje, że kto przesyła za pomocą środków komunikacji elektronicznej informacje handlowe bez uprzedniego uzyskania zgody abonenta lub użytkownika końcowego, podlega karze grzywny. Dodatkowo takie działanie stanowi czyn nieuczciwej konkurencji.

Należy zwrócić uwagę, że kształt ochrony prywatności w znacznej mierze zależy od prawodawstwa unijnego. Polskie przepisy z zakresu ochrony przed niezamówioną informacją handlową stanowią wdrożenie przepisów Dyrektywy 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotyczącej przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej (dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej). Zgodnie z tą dyrektywą, każde państwo może zdecydować o sposobie ochrony użytkowników przed marketingiem – wybierając między zakazem przesyłania marketingu bez zgody abonentów a zakazem przesyłania marketingu do abonentów lub użytkowników, którzy nie życzą sobie otrzymywania tego typu komunikatów. Wobec tego państwa mogą wprowadzić w kraju tzw. zasadę „opt-in” (użytkownik musi wyrazić uprzednią zgodę na przesyłanie marketingu) bądź tzw. rejestr „do not call” („opt-out” - użytkownik może wpisać się na listę osób, do których nie można wysyłać marketingu).

Polska zdecydowała się na realizowanie zasady „opt-in”, kierując się zapewnieniem jak najwyższego poziomu ochrony przed niezamówioną informacją handlową i przy jednoczesnym umożliwieniu użytkownikom należytej kontroli nad ich danymi. Udzielona zgoda może zostać wycofana w dowolnym momencie przez użytkownika, a w przypadku naruszenia praw użytkownika przysługuje prawo skargi do odpowiedniego organu – Prezesa UKE, Prezesa UODO bądź Prezesa UOKiK.

W związku z tym Ministerstwo Cyfryzacji aktualnie nie planuje wprowadzenia tzw. rejestru sprzeciwu, gdyż w ocenie Ministerstwa takie rejestry nie zapewniają należytego poziomu ochrony. Ich poziom skuteczności w głównej mierze zależy od rzetelności przedsiębiorców co do stosowania takich baz sprzeciwu, a zarazem rejestry tego typu mogą potęgować ryzyko nadużyć ze strony podmiotów spoza Unii Europejskiej. Ponadto jak wynika z obserwacji rozwiązań dotyczących ochrony prywatności w innych państwach europejskich, zasada „opt-in” coraz częściej wskazywana jest jako bardziej zasadna od rejestrów sprzeciwu, gdyż zapewnia automatyczną ochronę użytkowników, bez dodatkowych działań z ich strony, takich jak rejestrowanie się w bazie. To rozwiązanie przenosi ciężar dowodu posiadania zgody na marketing na przedsiębiorców. Zwiększająca się liczba państw decyduje się na wybór zasady „opt-in” w zamian dotychczas stosowanych list „do not call”. Między innymi takie przepisy stosowane są w Niemczech; we Francji w czerwcu 2025 r. przyjęto ustawę, która wdrożyła rozwiązanie „opt-in” w miejscu uznanej za nieskuteczną listy sprzeciwu „Bloctel”; w Holandii w 2021 r. zdecydowano o zastąpieniu rejestru „do not call” zasadą „opt-in”, określającą, że telemarketing dozwolony jest wyłącznie w przypadku wyrażenia uprzedniej zgody użytkownika na kontakt.

Z wyrazami szacunku
Michał Gramatyka
Sekretarz Stanu
/dokument podpisany elektronicznie/

Do wiadomości:

Kancelaria Prezesa Rady Ministrów - Departament Spraw Parlamentarnych